

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEMUDAHAN,
KEAMANAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PERUSAHAAN JASA BERBASIS *E-COMMERCE*
(Studi Kasus Pada Pengguna Situs Traveloka)**

***ANALYSIS OF PRICE, EASY, SECURITY, AND TRUST PERCEPTION OF
E-COMMERCE-BASED PURCHASING COMPANY DECISIONS***

(Case Study of Traveloka Site Users)

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas
Muhammadiyah Yogyakarta



DISUSUN OLEH :

Handayana

20150410039

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2019